

Estratègies per a la interpretació del paisatge pirinenc

Aquest article neix del curs “Com aprofitar els atractius del paisatge pirinenc per al turisme. El paisatge com a oportunitat per al desenvolupament local en les zones rurals i comarques de muntanya”, organitzat el juliol de 2008 per CEDRICAT, en el marc del Pacte Territorial per a l'Ocupació de les Terres de Lleida i compta amb el suport de la Diputació de Lleida i la col·laboració de l'Associació Cultural Vall del Duran.

A cada poble, una església i un museu

Permeteu-nos la llicència de començar un article amb aquesta frase, però pensem que resumeix bastant què ens podem trobar ara al Pirineu. Malament anem si seguim al peu de la lletra aquesta frase, sobretot si entenem un museu com una col·lecció de peces que posem a dins d'una vitrina. Algunes de les claus que volem donar en aquest article és anar més enllà del museu tradicional.

Tot i que és freqüent trobar força museus al Pirineu, cal saber que no són museus oficials. El Registre de Museus de Catalunya és el catàleg oficial de tots els museus del país (1) i a partir d'aquest registre s'organitza el suport oficial (subvencions, codis de bones pràctiques, etc.). Això permet organitzar l'oferta museística del nostre país, amb criteris d'oferta temàtica, de qualitat científica, de distribució equitativa pel territori, i de utilització òptima del pressupost públic, etc.

En el Pirineu trobem cinc museus censats oficialment i vint propostes que, tot i prendre el nom de museus, no ho són. Així doncs ens ha de fer pensar que, si és que n'hi ha tants, per algun motiu deu ser, i alhora, ens ha de fer pensar que cal treballar-ho molt bé per no acabar gastant el recurs.

Si ens remetem a la definició oficial (2) un museu és un centre on s'investiga, es conserva i es difon un patrimoni, sota uns paràmetres de qualitat. Per això, un centre que no compleixi aquests requisits no és un museu. A més a més, ha de complir una normativa estricta sobre l'accessibilitat, la conservació, les normes de seguretat, etc.

Així doncs, el que trobem en el Pirineu són centres d'interpretació, sense la pressió de complir les tres funcions.

Els centres d'interpretació solen donar un format molt més dinàmic i, per tant, haurien de poder-ho aprofitar per fer propostes molt més interactives i atractives. La qualitat, l'originalitat i la singularitat han de ser les armes per posicionar-se i oferir una oferta variada.

El que hem de buscar són espais on la gent aprèn, on s'obtenen uns beneficis intangibles que justifiquen el preu d'entrada o el desplaçament fins allà. L'oferta turística i museística ha d'estar pensada per ser de qualitat. Cal no confondre qualitat en “oferta dirigida a universitaris”. La qualitat no està renyida amb tots els públics i els diferents nivells d'aprenentatge.

D'altra banda, només un turisme cultural de qualitat basat en una oferta de qualitat i dinàmica és capaç de perdurar en el temps i de vèncer cicles econòmics, amb moments de crisi com els que estem vivint.

Per poder fer aquest tipus d'ofertes de qualitat, anem a analitzar dos punts claus que ens ajudaran a programar.

Interpretació del paisatge

Així doncs, si començàvem l'article d'*Estratègies per a la interpretació del paisatge pirinenc* parlant del patrimoni cultural arquitectònic dels pobles del territori, una església i un museu, no és en va. Resulta

que tant els edificis històrics com altres elements humans, també formen part del paisatge i acompanyen, al mateix temps que amplien el coneixement del paisatge que interpretem.

De què parlem quan diem “interpretació”? Estem parlant de comunicació amb lletres majúscules, és a dir, de la transmissió de missatges al destinatari que facilitin la comprensió del paisatge. En aquesta acció comunicativa hi participen diversos elements: el missatge a transmetre, l'objecte del que parlem, l'emissor d'aquest (els agents) i el / o els destinataris (el públic).

Per tant, quan parlem d'interpretació del paisatge pirinenc, no tan sols parlem del patrimoni natural (bosc, muntanyes, rius, etc...), sinó també del patrimoni cultural (esglésies, pobles, museus, etc...), aquesta interdisciplinarietat en la interpretació és la clau per la conservació i divulgació del paisatge.

Aquesta divulgació i comunicació del paisatge que estem parlant pot tenir lloc en diferents espais d'interpretació:

- Els centres d'interpretació: espais arquitectònics que donen claus interpretatives per visitar, conèixer i gaudir de l'espai natural que visitem. Moltes vegades són el punt d'inici i de final de la visita.
- Els itineraris o rutes: són els mitjans que permeten experimentar i fruit de l'entorn natural de primera mà.
- Els ecomuseus: és un concepte francès que defineix diferents espais, situats en diferents llocs del territori, que sota un mateix tema i criteris d'organització, senyalització, plantejament, divulgació, etc... permeten conèixer diferents espais patrimonials.

En aquests espais és on podrem aplicar les diferents estratègies i recursos que ens permetran interpretar el paisatge.

Què aprenem i com ho aprenem Programem amb tots els sentits

Aprenem de formes diferents i des de diferents canals. Un model que interpreta l'aprenentatge i que ens és útil per planificar la interpretació pren per nom VAK (Krolb, 1984). VAK és l'acrònim en anglès de visual, auditiu i kinestèsic, a partir d'un criteri neurolingüístic, que ens explica les diferents formes d'ingressar de la informació (ull, oïda o cos). Aquesta informació resulta fonamental alhora de planificar qualsevol activitat de qualsevol disciplina, que té per objectiu divulgar, comunicar.

En base a aquest principi, s'estableixen tres grans sistemes per representar mentalment la informació: el visual, l'auditiu i el kinestèsic. Fem una breu descripció de cada un d'ells. Utilitzem el sistema de representació anomenat **visual** quan som capaços de recordar imatges abstractes (números, lletres) de manera concreta. El sistema de representació **auditiu** és el que ens permet reconèixer veus, sons, música, etc. i recordar la informació que ens ha vingut des d'aquest canal. Finalment, el **kinestèsic** és el més complex ja que requereix més temps d'aprenentatge, ja que parteix d'accions com tocar, moure, sentir, ballar, experimentar, pintar, dibuixar, treball de camp, mostrar, arreglar, etc. (3)

També és cert que el nostre cervell utilitza els sistemes de representació de forma desigual, en diversos graus de desenvolupament, potenciant-ne alguns i deixant de banda els altres. Això farà que com més utilitzem un sistema, més s'acostumarà el cervell a fer-lo servir i a potenciar-lo. S'estima que un 40% de les persones són visuals, un 30% auditiu i un 30% kinestèsics.

Més enllà de percentatges, en la didàctica del patrimoni això pot concretar-se en alguns dels exemples que comentem tot seguit:

Les visites comentades no poden ser pensades només com xerrades d'una hora. Han d'incorporar eines que facilitin l'atenció del públic ingressant informació a partir d'altres sentits que no siguin exclusivament la vista o exclusivament l'oïda.

En museografia, això s'ha traduït en els ja força comentats *Heart on*, *minds on*, *hands on* (amb el cor, amb el cap i amb les mans), és a dir, programar discursos muse-

ogràfics i/o activitats basades amb l'emoció, la intel·ligència i la manipulació.

Eines o recursos per la interpretació del paisatge. El mètode científic com a recurs didàctic

El mètode utilitzat pels científics es basa en la formulació d'una sèrie d'hipòtesis a partir de diferents proves, testimonis; aquest seria el que s'anomena el mètode hipotètic-deductiu, deduir a partir de la formulació d'hipòtesis. Aquest seria el mètode utilitzat pels detectius i científics per resoldre dubtes o enigmes.

Així doncs, el mètode hipotètic-deductiu és prou atractiu per motivar l'aprenentatge de diferents disciplines. Fem un repàs d'algunes propostes que s'han fet a casa nostra utilitzant aquest mètode i que han tingut un notable èxit:

El programa de la Fundació La Caixa "Viure a les ciutats històriques" va preparar una sèrie de material per aprofundir en diferents ciutats històriques del país. La maleta didàctica a part de mapes i documents en paper, també contenia un "kit" amb instruments pel treball de camp com una lupa, una brúixola, una cinta mètrica, etc... que permeten descobrir i desxifrar les "ciutats històriques" damunt les quals es treballa. Podeu trobar més informació al següent link: http://www.fundacio1.lacaixa.es/webflc/wpr0pres.nsf/wurl/rech001_cat%5EOpenDocument/index.html

Activitats creades pel grup d'Història 13-16, que es van vessar en el mètode emprat pels Schools Council britànics. El seu mètode es basava en ensenyar història mitjançant la resolució d'enigmes històrics; aquestes activitats estant sobretot pensades per nois i noies de 13 a 16 anys.

Així doncs, aquest recurs permet utilitzar les mateixes eines que fa servir un científic per arribar a unes conclusions interpretatives. Es concreta en l'observació de l'objecte d'estudi, la classificació, la deducció, l'experimentació i les conclusions pertinents. Per tal d'elaborar aquest treball caldrà el suport de diferents materials com paper mil·limetrat, brúixola, llibres de referència, termòmetre, metre, planimetria, etc...

Altres recursos comunicatius:

Teatralitzacions: l'esforç de definir un guió de continguts i un guió teatral ens aporta unes experiències que ens ajuden a integrar coneixements nous, a contextu-



Queralt al capvespre.

FOTO MANEL ESCOBET (FOTO-VIDEO LUIGI)

alitzar patrimoni, etc. Més enllà dels actors disfressats, posar-se el casc per entrar a una mina o a una tèrmica ens predisposa a una actitud receptiva respecte el patrimoni.

Living history: És una proposta que ens ve dels països anglosaxons i que consisteix en fer una immersió en el passat. Com si es tractés d'un túnel del temps, el visitant se situa en una colònia industrial, un campament militar, una ciutat o el que sigui tal com era en el passat, amb actors que, com si fossin del passat, expliquen l'activitat de vida quotidiana que estan desenvolupant (forjant una eina, fent espelmes, coent pa, posant la caldera en marxa, etc). La línia del temps desapareix, estem al 100% en el passat. Els grans referents sobre aquest tema són Williamsburg (USA), Plimoth (USA) i Ironbridge (UK).

La gastronomia com a complement: Si comentàvem abans que una forma d'assegurar l'èxit és treballar la interpretació partint de tots els sentits, què més plaent que utilitzar el recurs de la gastronomia. Menjars històrics, sopars medievals, dinars medievals, tastets ibèrics, etc. això sí, partint del principi de



qualitat i per tant, del rigor històric. Un bon exemple són els sopars celebrats anualment a la fonda Europa de Granollers, on el menú està preparat pel Dr. Manuel Riu. (4) Ara bé, els espectacles com els mercats medievals s'han convertit en una oferta molt estesa arreu i si bé al principi van ser un bon reclam, la sobreexplotació i banalització del recurs ha fet perdre interès en l'oferta. Segur que cal buscar productes nous que ens diferenciïn de la resta de propostes.

Reconstrucció arquitectònica

Consisteix en tornar a construir, d'acord amb les tècniques arquitectòniques de l'època, un poblat, un castell, un dolmen, una vila romana, etc. Això per una banda ens permet fer recerca de tècniques constructives, materials, ús de l'aigua, etc, i alhora ens dona claus per poder entendre el patrimoni. El visitant no s'ha d'imaginar com era una casa, sinó que senzillament hi entra.

La reconstrucció arquitectònica és un recurs molt estès als països del centre i nord d'Europa (5). El primer exemple a casa nostra és Calafell, on el 1992 es va fer la reconstrucció del poblat ibèric, la

Ciutadella ibèrica de Calafell, un cas insòlit a la Península Ibèrica, ja que es va fer sobre les mateixes ruïnes arqueològiques, diferenciant amb una línia vermella el que era original d'allò reconstruït. Avui dia és l'únic espai arqueològic que permet endinsar-se en la tercera dimensió d'un jaciment, fet que permet obtenir una idea molt més clara i menys abstracte de la cultura ibèrica.

Un cas interessant és el castell de Guédelon a França. Es tracta d'una iniciativa privada que reconstrueix un castell medieval amb les tècniques pròpies de l'època. La diferència és que en aquest cas el visitant, a banda de fer una visita més clàssica a l'espai, pot anar a treballar durant una setmana i formar part de l'equip de construcció. Podeu consultar més informació a www.guedelon.fr

Les TIC (6): les grans aliades o un parany?

Les audioguies, que tant bona feina han fet als museus, tenen segurament els dies comptats. Un exemple molt interessant de com treure el màxim rendiment d'aquest recurs és la museografia de la Casa Rull (Sispony, Andorra).

Els MP3 suposen una inversió inicial, mentre que altres sistemes, com el bluetooth o la tecnologia que ja està a punt de sortir que el substituirà, permeten evitar el cost de compra d'equipament i les despeses de manteniment, ja que és l'usuari qui, a través del seu mòbil, obtindrà la informació que li facilitem.

Darrerament s'ha incorporat el geocaching a l'oci de cap de setmana, un joc d'aventura on cal trobar tresors amagats a parir del GPS. Una tecnologia (el GPS) que ens ofereix apropar-nos a un públic molt avesat a les noves tecnologies com són les generacions de joves.

Segur que continuaran sent una bona eina els audiovisuals, un clàssic en la interpretació del patrimoni; així com els audiovisuals que van molt més enllà de la pantalla i que envolten el visitant d'olors, llum, sons, etc.

Il·lustracions i 3D

Els dibuixos i les il·lustracions són una eina fantàstica per situar el visitant en l'espai, el paisatge o el que, fins i tot a través del patrimoni tangible conservat, no podem explicar. A més a més, l'aparició de programari lliure com el *blender*,

programa que permet fer reconstruccions d'espais en 3D, pot facilitar l'ús de les reconstruccions virtuals.

El preu d'un dibuix molt senzill pot partir de 250 euros, el preu d'una làmina més elaborada se situa prop dels 600 euros i més. El preu s'estableix en funció de la documentació que aportem al dibuixant i de les hores de treball que implicarà la feina. Tot i que pensem que és bo fer créixer el mercat, és bo confiar en dibuixants que tinguin la sensibilitat i l'experiència en iniciatives similars. Una experiència molt consolidada a casa nostra són els quaderns didàctics del Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (Terrassa).

Es poden detallar encara moltes més estratègies per interpretar el patrimoni i el territori, però ens hem centrat en aquestes fent un esforç de síntesi i de concreció.

El pudor i la mirada del visitant

Fa temps vaig anar a les Gorges del Tarn, de vacances. És un destí turístic del Middi francès, entorn del riu Tarn i de l'estret pas de les aigües pel paisatge. En un tram del recorregut del riu, hi havia una cua de persones esperant alguna cosa. Quan m'hi vaig acostar, vaig veure que aquell munt de gent estava esperant per pagar i poder pujar, amb una escala, damunt d'un roc gros des d'on es tenia una perspectiva del riu. Una visió, de ben segur, poc insòlita, comptant que la resta de camí permetia veure gairebé el mateix que es podia veure damunt d'aquella petita atracció.

Una anècdota que ens permet fer comentaris sobre la curiositat humana, sobre la necessitat de pagar per obtenir beneficis tangencials i també sobre l'astúcia dels que van muntar el negoci. Però ens centrarem en analitzar la mirada. Si sabem què vol veure el públic potencial dels nostres espais i què volem mostrar, quins són els nostres objectius, serem capaços de trobar els missatges, els continguts que faran possible la comunicació.

El producte turístic orientat a explicar la vida al Pirineu, que recull la tradició agrícola, ramadera, culinària, etc. és absolutament compatible amb una vida a les valls pròpia del segle XXI.

El binomi camp-ciutat en el segle XXI

El públic del turisme rural són majoritàriament ciutadans, és a dir, persones que viuen a la ciutat, en un entorn urbà; aquest és el públic potencial del turisme als pirineus. Per als de ciutat, el Pirineu és

la imatge d'un estil de vida diferent al seu, i és el que volen descobrir. Això no vol dir encasellar tota la oferta turística en això, evidentment, però sí que ens ha de servir per entendre que és el reclam natural, en el qual se n'hi poden sumar molts més.

La mirada de l'altre sobre el dia a dia a la muntanya i la seva manera de viure ens ha de fer valorar encara més unes formes de vida desconegudes, que poden arribar a semblar exòtiques i singulars per als de ciutat.

No enganyem a ningú si ensenyaem com s'esquilaven les ovelles al segle XX. I segur que també estarem molt interessats a veure com s'esquilen les ovelles al segle XXI. El sector primari (agricultura i ramaderia) i el sector secundari són desconeguts per la gent de ciutat. Obrir les portes d'una formatgeria actual o d'un molí del segle XVI són propostes igual de bones per comprendre com es viu als Pirineus (7). No cal ensenyar un Pirineu que no existeix, no cal ensenyar els Pirineus del segle XVI, cal ensenyar també els Pirineus del segle XXI, perquè ja és diferent i suposa un interès pel turisme.

Saber posar l'escala on toca

Si pensem en la persona que va decidir posar l'escala per pujar al damunt del roc per veure el Tarn, fàcilment podrem deduir que la va posar on tocava, no només perquè el paisatge fos pintoresc sinó perquè tenia el suport de tot d'iniciatives turístiques que havien fet d'aquell espai un lloc d'acollida de turistes. No es tracta només d'un recurs natural notable, es tracta també de treballar conjuntament els diferents agents de dinamització d'un mateix territori (el guia, el tècnic, el polític, el granger, el pagès, el botiguer, etc...), la suma de coneixements i d'esforços canalitzen l'atracció vers un indret.

Curiosament, a les sessions de treball es va parlar de la dificultat de poder fer treball en xarxa, del localisme i de la sensació d'aïllament que pateix el territori. El Pirineu ja no és un lloc aïllat. Les carreteres físiques i les noves tecnologies (tot i la dificultat de la introducció d'aquestes en algun punts) començant pel telèfon, passant per internet i acabant per les xarxes socials formades a partir de diferents trobades, permeten un treball molt més coordinat. Els problemes de falta de comunicació dels tècnics amb els seus corresponents polítics són comparables amb els problemes que existeixen amb els tècnics que treballem a l'àrea metropolitana; així doncs, aquest seria tema d'un altre debat.

Conclusions

Cal crear productes reals, aprofitar el paisatge mateix i la gent que hi ha, per això no calen grans inversions sinó una bona dinamització, un bon teixit de treball coordinat i en xarxa que permeti iniciatives, que permeti sumar esforços; així com una voluntat política que li doni suport i estructures administratives que ho facilitin.

Notes

- (1) És l'inventari dinàmic que realitza el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.
- (2) L'ICOM (Organització internacional de museus) que depèn de la UNESCO està establerta com la màxima autoritat mundial sobre museus. Howard Gardner, a la seva obra "The Frames of mind: The theory of multiple intelligences" (Basic books, 1983) ens explica que les persones aprenem mitjançant diferents canals i que cada persona té més desenvolupat un canal que un altre, per això val la pena desenvolupar estratègies de comunicació que abracin els diferents canals pels quals rebem els missatges, així ens assegurem més èxit en l'ensenyament-aprenentatge de qualsevol disciplina
- (3) Per una definició del programa, vegeu: www.xtec.es/cgi/mediateca_crp?NU=MP022294
- (4) El Dr. Riu és una autoritat en història medieval catalana. El sopar està organitzat per l'Associació Cultural de Granollers.
- (5) Recentment s'ha inaugurat al Calafell una reforma del poblat.
- (6) Tic és l'acrònim de Tecnologies de la Informació i la Comunicació
- (7) De fet, la XATIC (Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya) està començant a impulsar el projecte Indústria Viva, que promou la obertura d'espais industrial o de petits negocis a les visites al públic. Podeu consultar més informació a www.xatic.cat

Permeteu-nos citar alguns exemples d'organització on line: <http://www.blocairesdelpirineu.com/>

Dra. Clara Masriera i Esquerra

Arqueòloga. Directora de la Ciutadella Ibèrica de Calafell. Investigadora del grup de recerca DIDPATRI de la Universitat de Barcelona.

Ester Prat i Armadans

Tècnica d'activitats i patrimoni de Roca Umbert Fàbrica de les Arts (Granollers). Coordinadora del Màster en Museografia Didàctica (2001-2005) i directora del Master en Art Actual (2007-2009).